



26 Die kreativsten Healthcare-Agenturen 2015

Zum dritten Mal kürt ‚Healthcare Marketing‘ die kreativsten Inhaberagenturen, Networks und Unternehmen in einem Kreativranking. Die Rangliste berücksichtigt 24 nationale und internationale Wettbewerbe. Darunter befinden sich reine auf Healthcare ausgerichtete Preise wie Comprix, GWA Healthcare Award und Cannes Lions Health sowie andere Awards.

Die Pole-Position in der Gesamtbetrachtung belegt die Inhaberagentur Serviceplan zum dritten Mal in Folge.

Foto: © Sergey Nivens - Fotolia

■ TITELTHEMA

26 Serviceplan schafft 2015 den Hat trick

Beim ‚Healthcare Marketing‘-Kreativranking 2015 ist Serviceplan spitze

■ NEWS

6 WEFRA eröffnet Standort in München

7 GWA Healthcare Award ist mit neuen Kategorien zurück

9 Schmittgall startet Ableger für Influencer Marketing

10 Springer Medizin bündelt Pflgetitel unter neuer Marke

■ MÄRKTE

12 Wettbewerb im Diabetes-Segment

Einblicke in Blogger-Community, Social Media-Kampagnen und Hersteller-Konkurrenz-situation

18 Bad Heilbrunner will seine Kräuter- und Wohlfühltees puschen

Bad Heilbrunner hat sein Packaging überarbeitet und erstmals in seiner Geschichte eine TV-Kampagne gestartet

22 Zielgruppe Kinderärzte

Selbstverständnis und kommunikative Zugänge analysiert mithilfe des Psychodrama-Ansatzes

25 Sensoren können immer mehr

TrendOne berichtet darüber, wie sich im Schweiß während des Trainings Laktat-Werte ermitteln lassen

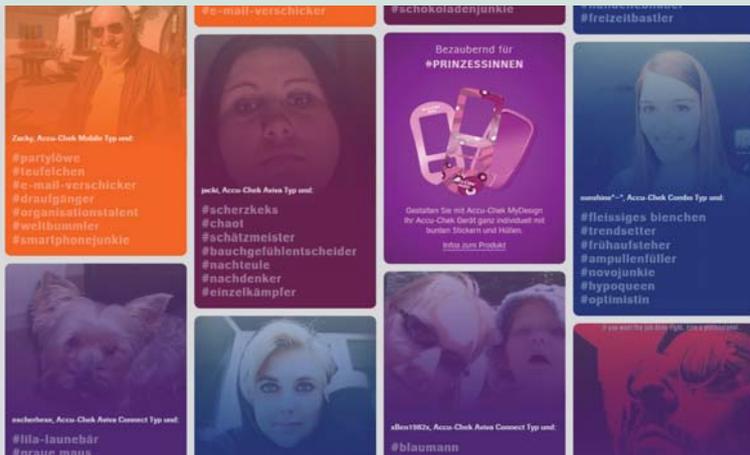
■ KOMMUNIKATION

26 Serviceplan schafft 2015 den Hat trick

Serviceplan ist die Nr. 1 beim ‚Healthcare Marketing‘-Kreativranking vor Schmittgall

42 „Mehr in Kreativwettbewerbe investieren“

Interview mit Jens-Christian Jensen, seit November 2015 Chef von Publicis Pixelpark



12 Auf Augenhöhe mit Bloggern

Hersteller im Segment Diabetes setzen auf gute Beziehungen zu Bloggern. Ein Treiber im Hintergrund ist der Wettbewerb bei Blutzuckermessgeräten.

56 Wie wahr ist Content Marketing?

Mit scheinbar dokumentarischen Filmen bietet BKK Mobil Oil Marathontipps. Doch anders als die Filme zeigen, ist die Hauptfigur nicht gelaufen. Ein Problem?

46 Zielgruppen an allen Touchpoints erreichen

Unternehmen wie Philips nutzen Multi-Channel-Marketing, um über viele Kanäle ihre Sichtbarkeit zu steigern

50 Agenturpitches – Sinn oder Unsinn?

In unserer Serie ‚übern Tag hinaus‘ schreibt Roger Stenz, GWA-Forum-Sprecher

MEDIEN

52 Frischekur für die ‚Apotheken Umschau‘

Interview mit Chefredakteur Dr. Hans Haltmeier zum Relaunch des Gesundheitsmagazins

56 Wie wahrheitsgetreu muss es sein?

Content Marketing: In dokumentarischen Filmen gibt die Mobil Oil Betriebskrankenkasse Marathontipps. Die Hauptfigur ist aber nicht gelaufen – ein Problem?

KARRIERE

59 Köpfe-News

Peter Schaar ist Schlichtungsvorsitzender bei der Gematik, Dr. Susanne Fiedler führt MSD Deutschland u.v.a.

62 Auge und Ohr des Kunden

Hubert Sichler, bis 2015 Geschäftsführer von Serviceplan Health & Life, hat eine Bewegtbild-Plattform für Patienteninformation gestartet

RUBRIKEN

03 Editorial

64 Termine

66 Vorschau/Impressum

Dieser Ausgabe von Healthcare Marketing ist eine Beilage der Agentur Fuse GmbH beigelegt. Wir bitten um Beachtung.